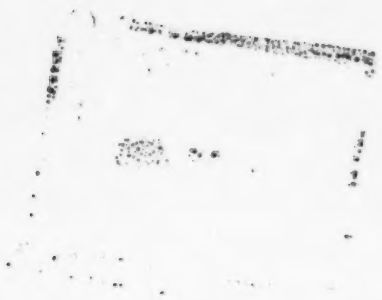
# Annual Report
# Rapport annuel
# 1986-1987

ontario place

88-05051/



RECEIVED
JUL 10
ANY

ontario place

# Happy Together
# Si Bien Ensemble

# Table of Contents

# Table des matières


**THE YEAR IN REVIEW**

Minister's Message . . . . . 4
Chairman's Message . . . . . 6

**NEW FEATURES AND INITIATIVES**

Children's Village Enhancements 8
Programming . . . . . 8
Site Improvements . . . . . 9

**MAJOR PROGRAM ACHIEVEMENTS**

Attendance . . . . . 10
Entertainment . . . . . 11
Attractions and Operations . . . . . 13
Marketing and Public Relations . . 15
Maintenance and Construction . . 17
Visitor Perception . . . . . 18

**FINANCIALS**

Financial Summary . . . . . 19
Balance Sheet . . . . . 20
Statement of Operations and Retained Income . . . . . 21
Notes to Financial Statements . . . 22
Auditor's Report . . . . . 26

**BACKGROUND**

Organization . . . . . 27
Personnel . . . . . 27
Major Site Features . . . . . 27

**RAPPORT ANNUEL**

Message du ministre . . . . . 4
Message de la présidente du conseil d'administration . . . . . 6

**NOUVELLES ATTRACTIONS ET INITIATIVES**

Améliorations au Village des enfants . . . . . 8
Programmation . . . . . 8
Amélioration des lieux . . . . . 9

**PRINCIPALES RÉALISATIONS EN MATIÈRE DE PROGRAMMES**

Nombre de visiteurs . . . . . 10
Spectacles . . . . . 11
Attractions et services . . . . . 13
Commercialisation et relations publiques . . . . . 14
Entretien et construction . . . . . 16
Sondages auprès des visiteurs . . . 18

**SITUATION FINANCIÈRE**

Sommaire . . . . . 19
Bilan . . . . . 23
État des résultats d'exploitation et des bénéfices non répartis . . 24
Notes afférentes aux états financiers . . . . . 25
Rapport du vérificateur . . . . . 26

**RENSEIGNEMENTS GÉNÉRAUX**

Organisation . . . . . 27
Personnel . . . . . 27
Principales composantes . . . . . 27



PRINTED IN ONTARIO 10/87

IMPRIMÉ EN ONTARIO 10/87

# Ontario Place Corporation

# Société d'exploitation de Place Ontario

An Agency of the Ontario Ministry of Tourism and Recreation

The Honourable Hugh P. O'Neil,
*Minister*
Jim W. Keenan, *Deputy Minister*

**BOARD OF DIRECTORS**
Patricia Starr
*Chairman of the Board*
Clare R. Copeland
*Vice-Chairman of the Board*
Christos Antoniou
Melanio Catre
Joseph A. Chiappetta
Dennis Freeman
Fred Kasravi
Jim W. Keenan
*Ex-Officio*
Ronald J. Logan
Julio Navarro
James W. Nuttall
Christina Schmalz
*1 Position Vacant*

**OFFICERS**
Patricia Starr
*Chairman of the Board*
Clare R. Copeland
*Vice-Chairman of the Board*
Virginia J. Cooper
*General Manager*
*Secretary-Treasurer*
*Position Vacant*

Société de la Couronne relevant du ministère du Tourisme et des Loisirs de l'Ontario

L'honorable Hugh P. O'Neil, *ministre*
Jim W. Keenan, *sous-ministre*

**CONSEIL D'ADMINISTRATION**
Patricia Starr
*présidente*
Clare R. Copeland
*vice-président*
Christos Antoniou
Melanio Catre
Joseph A. Chiappetta
Dennis Freeman
Fred Kasravi
Jim W. Keenan
*membre ex officio*
Ronald J. Logan
Julio Navarro
James W. Nuttall
Christina Schmalz
*Un poste vacant*

**DIRECTION**
Patricia Starr
*présidente du conseil d'administration*
Clare R. Copeland
*vice-président du conseil d'administration*
Virginia J. Cooper
*directrice générale*
*Un poste vacant*
*secrétaire-trésorier*

# The Year in Review
# Rapport annuel

**MINISTER'S MESSAGE**

Since its opening in May 1971, Ontario Place has been visited by some 45 million people during its 16 regular summer operating seasons, as well as for programs and functions offered during the fall and winter. As a result, this internationally acclaimed cultural, entertainment and recreation waterpark complex has gained an enviable reputation among Ontario tourist attractions.

In fulfilling its mandate of operating an innovative, affordable leisure facility that offers cultural and recreational programs in celebration of the Province, the activities of Ontario Place Corporation are guided by the following main objectives:

- To showcase the Province's resources, accomplishments, and potential to Ontario's citizens and its visitors.
- To provide high quality recreation and entertainment programs and facilities that appeal to all segments of the Province's population and to tourists.
- To ensure that Ontario Place is affordable and accessible.
- To re-establish and maintain Ontario Place's position of leadership and innovation in the leisure industry.

**MESSAGE DU MINISTRE**

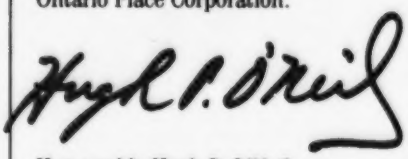
Depuis son ouverture en mai 1971, Place Ontario a reçu quelque 45 millions de visiteurs au cours de ses 16 saisons d'été et à l'occasion de programmes spéciaux d'automne et d'hiver. Ce parc lacustre à vocation culturelle et récréative, internationalement renommé, s'est taillé une réputation enviable parmi les attractions touristiques de l'Ontario.

En remplissant son mandat, qui est d'exploiter un centre de loisirs innovateur offrant, à des prix abordables, des manifestations culturelles et des divertissements en célébration de la province, la Société d'exploitation de Place Ontario vise les principaux objectifs suivants :

- Mettre en lumière les ressources, les réalisations et les potentialités de la province, à l'intention de ses habitants et des visiteurs.
- Offrir des attractions et des spectacles de haute qualité, qui intéressent toutes les couches de la population ontarienne ainsi que les touristes.
- Veiller à ce que Place Ontario soit accessible et que les prix qui y sont pratiqués soient à la portée de toutes les bourses.

As a testament to the park's performance record of providing quality standards of service to its patrons, visitor perception and experience of Ontario Place remains enthusiastic. Ninety-six percent of visitors surveyed in 1986 reported they thoroughly enjoyed their visit, and 85% agreed that Ontario Place represents good value.

It is my pleasure to present the 1986-87 Annual Report for Ontario Place Corporation.

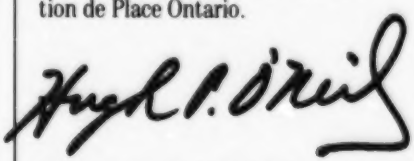


Honourable Hugh P. O'Neil
*Minister*
*Ministry of Tourism and Recreation*

- Rétablir et maintenir la position de chef de file et d'innovateur de Place Ontario dans l'industrie des loisirs.

La preuve de la réussite du parc dans la prestation de services de haute qualité est l'impression enthousiaste que les visiteurs continuent à emporter de leurs expériences. Quatre-vingt-seize pour cent des visiteurs interrogés en 1986 se sont déclarés enchantés de leur visite, et 85 pour 100 reconnaissaient qu'ils en avaient pour leur argent.

C'est donc avec grand plaisir que je présente le rapport annuel 1986-1987 de la Société d'exploitation de Place Ontario.



L'honorable Hugh P. O'Neil
*Ministre*
*Ministère du Tourisme et des Loisirs*

## CHAIRMAN'S MESSAGE

Throughout the past 16 years, Ontario Place has established itself as one of North America's top-ranking attractions. This position in the tourism and recreation field has been successfully maintained through the on-going development and upgrading of the park's summer programs, and by maximizing the business potential represented by year 'round operating opportunities.

Last year, summer attendance levels of 2.2 million were achieved, despite the wettest summer experienced in Toronto in 58 years. In addition, off-season events, such as the IMAX® and 70mm Film Festivals, together with banquet and functions sales, brought total 1986-87 attendance to approximately 2.4 million.

A popular destination for Ontarians and visitors to the Province alike, over two-thirds of 1986 summer patrons attended as part of a family group. While most visitors were from the Metropolitan Toronto area and within 100 miles of Ontario Place, tourists from beyond that radius represented almost 41% of total summer attendance.

Ontario Place's position as a leading Provincial attraction means that the Corporation made an important direct contribution to the local and regional economy. Employment was provided to 95 full-time and 6 seasonal personnel, and summer jobs were available for over 1,400 students, including concessionaires' staff. As well, on-going site improvements require additional employees on contract each year.

## MESSAGE DE LA PRÉSIDENTE DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Tout au long des 16 dernières années, Place Ontario s'est taillé une place de choix parmi les grandes attractions touristiques d'Amérique du Nord. Elle a pu conserver cette position dans le domaine du tourisme et des loisirs grâce au développement et à l'amélioration constants de ses programmes d'été, et grâce à l'exploitation maximale des potentialités commerciales qu'offre l'exploitation à longueur d'année.

L'an dernier, on y a accueilli quelque 2,2 millions de visiteurs d'été, bien que Toronto eût connu son été le plus pluvieux en 58 ans. En outre, les manifestations de la morte-saison, comme les festivals du film IMAX® et du film de 70 mm, ainsi que les banquets et les réceptions, ont porté le chiffre total des visiteurs à quelque 2,4 millions en 1986-1987.

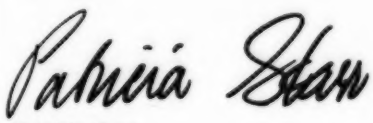
Place Ontario étant un lieu d'attraction populaire pour les Ontariens comme pour les touristes, plus des deux tiers des visiteurs d'été étaient venus en famille. Bien que la plupart proviennent de la région torontoise et des localités situées dans un rayon de 100 milles de Place Ontario, les touristes venant de plus loin représentaient presque 41 pour 100 des visiteurs d'été.

Place Ontario étant la première attraction touristique de la province, la Société a apporté une contribution directe importante à l'économie locale et régionale. Le

In 1986-87, employment income generated by the Corporation, including the concessions and site improvement projects, totalled $10.8 million. Together, the Corporation, its concessionaires and contractors, also expended $10.2 million on the direct purchase of supplies and equipment, and contributed $4.8 million in direct taxation to all levels of government.

Ontario Place continues to strive for excellence, both in the quality of its products and programs and in achieving the highest levels of visitor satisfaction possible. As the Corporation looks to the future, and explores innovative development alternatives, we on the Ontario Place Board of Directors are confident that Ontario Place's potential to further enrich Provincial tourism will be realized.

It is my pleasure to submit the activities of Ontario Place Corporation for the year ended March 31, 1987.



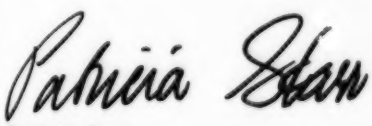
Patricia Starr
*Chairman of the Board*
*Ontario Place Corporation*

parc employait 95 personnes à plein temps et 6 personnes pour la saison, tandis qu'il offrait plus de 1 400 emplois d'été aux étudiants, dont les employés des concessionnaires. Par ailleurs, les travaux d'amélioration permanents créent chaque année d'autres emplois contractuels.

En 1986-1987, le revenu d'emploi assuré par la Société, dont le revenu du personnel des concessionnaires et des travaux d'amélioration des installations, s'est élevé au total à 10,8 millions de dollars. Ensemble, la Société, ses concessionnaires et ses fournisseurs ont dépensé 10,2 millions de dollars en achats directs de provisions, de fournitures et de matériel, et ont payé pour 4,8 millions de dollars d'impôts et de taxes directes aux différents paliers de gouvernement.

Place Ontario continue à viser à l'excellence pour ce qui est à la fois de la qualité de ses produits et de ses programmes, et de l'indice de satisfaction le plus élevé possible chez ses visiteurs. La Société regarde vers l'avenir et le conseil d'administration de Place Ontario est convaincu que ce parc réalisera ses potentialités pour enrichir davantage le tourisme dans la province.

C'est avec grand plaisir que je soumets le rapport sur les activités de la Société d'exploitation de Place Ontario pour l'exercice qui a pris fin le 31 mars 1987.



Patricia Starr
*Présidente du conseil d'administration*
*Société d'exploitation de Place Ontario*

# New Features and Initiatives

# Nouvelles attractions et initiatives

A number of facility and program enhancements were undertaken during 1986-87 in order to provide upgraded site features and facilities.

**CHILDREN'S VILLAGE ENHANCEMENTS**

A major renovation in the popular Children's Waterplay Area was completed to maintain the appeal of this facility and provide additional quality experiences for Ontario Place's younger visitors.

New features included a themed "Playship" complete with washroom and changeroom facilities, a "Mushroom Fountain", and two "Soft Slides". As well, numerous safety and hygienic improvements were made.

**PROGRAMMING**

Sunday Heritage Days, presented in co-operation with the Ontario Folk Arts Multi-Cultural Council and the Ministry of Citizenship and Culture, and two new musical revues, "CITY LIGHTS" and "COUNTRY ROADS" were introduced at the Waterfall Showplace. In addition, a new play, "THE CONSERVING KINGDOM", sponsored by the Minist. v of Energy, was featured in Children's Village.

At Cinesphere, Ontario Place presented the Canadian premiere of "ON THE WING", a new IMAX® film documenting man's fascination with flight, produced by the Smithsonian Institution's Air and Space

Un certain nombre de travaux d'amélioration des installations et des programmes ont été entrepris au cours de l'exercice 1986-1987 pour perfectionner et rehausser les attractions du parc.

**AMÉLIORATIONS AU VILLAGE DES ENFANTS**

Les populaires Jeux aquatiques ont fait l'objet d'une importante rénovation, qui visait à maintenir l'attrait de cette installation et d'y ajouter d'autres jeux de qualité à l'intention des jeunes visiteurs de Place Ontario.

Les nouvelles attractions comprenaient un "Playship" thématique avec toilettes et vestiaires, une "Mushroom Fountain" et deux glissoires en pente douce "Soft Slides". De même, de nombreuses améliorations ont été apportées sur le plan de la sécurité et de l'hygiène.

**PROGRAMMATION**

Les Dimanches du Patrimoine "Sunday Heritage Days", présentés avec la coopération du Conseil multiculturel des arts folkloriques de l'Ontario (Ontario Folk Arts Multi-Cultural Council) et du ministère des Affaires civiques et culturelles, ainsi que deux revues musicales, "CITY LIGHTS" et "COUNTRY ROADS", ont été lancés à la Piste de la Cascade. En outre, une nouvelle pièce, Le Royaume Écolomique, patronnée par le ministère de l'Énergie, a eu la vedette au Village des enfants.

À la Cinésphère, Place Ontario a présenté en première canadienne "ON THE WING", nouveau film IMAX® sur la fascination qu'exerce

## NEW FEATURES AND INITIATIVES
## NOUVELLES ATTRACTIONS ET INITIATIVES

Museum and Johnson Wax. In a joint project with the National Research Council, the video "CANADA IN SPACE" was produced. This film, and TV Ontario's "PEOPLE PATTERNS" were shown in the Video Theatre.

To expand the length of the operating season and increase public access to the park, the Spring IMAX® Festival, launched in 1985-86, was held again at the conclusion of this year's 70mm Film Festival. As well, the Canadian Baseball Hall of Fame and Museum located its year 'round operations in one of the Pod structures.

### SITE IMPROVEMENTS

To further accommodate disabled patrons, wheelchair access was upgraded throughout the site, particularly in the public restrooms, while the perimeter of the Forum was modified to assist with crowd control and improve visitor safety. Floral displays were re-designed and upgraded, with emphasis at the park's West Entrance to enhance the Bicentennial Time Capsule.

Other improvements, such as the establishment of a ride maintenance shop, were made in the maintenance compound to permit more in-house projects and decrease the Corporation's dependency on outside contract work.

sur l'homme le vol dans l'espace, produit par le Musée de l'air et de l'espace de la Smithsonian Institution et la firme Johnson Wax. Un documentaire magnétoscopique, "CANADA IN SPACE", réalisé en coproduction avec le Conseil national de recherches, et le film "PEOPLE PATTERNS" de TV Ontario, ont été présentés à la salle de spectacle vidéo.

Pour prolonger la saison régulière et accroître l'accessibilité du parc au public, le Festival du printemps IMAX,® lancé en 1985-1986, a été organisé de nouveau cette année à la clôture du Festival du film de 70 mm. Par ailleurs, le Musée et Temple de la renommée du baseball canadien ouvre maintenant ses portes toute l'année dans le complexe lacustre.

### AMÉLIORATION DES LIEUX

Pour faciliter davantage l'accès aux visiteurs handicapés, les rampes d'accès pour fauteuils roulants ont été améliorées dans tout le parc, en particulier aux toilettes publiques, tandis que le périmètre du Forum a été modifié en vue d'un meilleur contrôle des mouvements de la foule et d'une meilleure sécurité pour les visiteurs. Les arrangements floraux ont été redessinés et améliorés, en particulier à l'entrée ouest du parc, pour mettre en relief la capsule du temps du bicentenaire.

D'autres améliorations, comme l'installation d'un atelier d'entretien des manèges, ont été réalisées au centre d'entretien afin d'accroître la prestation interne des travaux et de réduire la dépendance de la Société vis-à-vis des entrepreneurs de l'extérieur.

# Major Program Achievements

# Principales réalisations en matière de programmes

**ATTENDANCE**

Ontario Place encompasses a wide variety of cultural, entertainment and recreational facilities. Programmed for broad public appeal, they also serve to showcase the rich resources of the Province and its many achievements.

In 1986-87, Ontario Place generated total attendance of 2,397,500 through its many programs and features. This level of visitation represents a 14% decrease over 1985-86 results.

A major contributing factor to overall 1986-87 performance was the 66% increase in rainfall experienced between May and August 1986, resulting in 337,000 fewer summer visitors than the previous year. As well, audience response to the Fall IMAX® Festival fell short of the strong measure of success realized in 1985 with the premiere run of the unparalleled film, "THE DREAM IS ALIVE".

1986-87 visitations by operating period are illustrated below:

**NOMBRE DE VISITEURS**

Place Ontario abrite une grande variété de manifestations culturelles, de spectacles et de jeux. Conçus à l'intention du grand public, les divers programmes contribuent également à mettre en lumière les ressources et les nombreuses réalisations de la province.

En 1986-1987, Place Ontario a, par ses divers programmes et attractions, attiré 2 397 500 visiteurs, ce qui représente une baisse de 14 pour 100 par rapport aux chiffres de 1985-1986.

Un facteur qui a grandement influencé le résultat global de 1986-1987 a été une augmentation de 66 pour 100 des pluies entre mai et août 1986. Ceci s'est traduit par une baisse de 337 000 du nombre des visiteurs d'été par rapport à l'année précédente. De même, l'accueil réservé au Festival IMAX® d'automne n'a pas atteint le niveau enregistré en 1985 avec la première de ce film incomparable, "THE DREAM IS ALIVE".

Voici le nombre des visiteurs par période d'ouverture :

| | | |
|---|---|---|
| **Summer Season**<br>**Saison d'été** | | |
| Non C.N.E.<br>Sans C.N.E. | 1,386,700 | |
| C.N.E. (1)<br>C.N.E. (1) | 816,200 | 2,202,900 |
| **Off-Season (2)**<br>**Morte-saison (2)** | | 29,900 |
| **IMAX® Festival (3)**<br>**Festival du film IMAX® (3)** | | 64,800 |
| **70mm Film Festival (4)**<br>**Festival du film de 70mm (4)** | | 99,900 |
| **TOTAL** | | 2,397,500 |

**NOTES:**

1. Ontario Place site visitations generated during the Canadian National Exhibition operating period (August 13 to September 1, 1986).
2. Includes attendance at special functions held at Ontario Place prior to the official opening date and after the official closing date.
3. October 1 to November 30, 1986; March 25 to March 29, 1987.
4. December 26, 1986 to March 22, 1987.

**REMARQUES :**

1. Nombre de visiteurs accueillis à Place Ontario pendant l'Exposition canadienne nationale (du 13 août au 1er septembre 1986).
2. Y compris les manifestations spéciales tenues à Place Ontario avant la date d'ouverture officielle et après la date de clôture officielle.
3. Du 1er octobre au 30 novembre 1986; du 25 au 29 mars 1987.
4. Du 26 décembre 1986 au 22 mars 1987.

## MAJOR PROGRAM ACHIEVEMENTS

## PRINCIPALES RÉALISATIONS EN MATIÈRE DE PROGRAMMES

### ENTERTAINMENT

The Forum, accounting for over one-third of 1986 summer attendance, attracted an audience of 797,500 visitors. Featured were internationally acclaimed entertainers, well known Canadian and Ontario performers, cultural heritage events, ballet performances, classical and orchestral concerts, as well as the Ford Family Fun Circus.

A variety of Canadian entertainment was showcased at the West Island Waterfall Showplace, sponsored by Molson Ontario Breweries Ltd. During the day, this venue was the site of two musical revues, "CITY LIGHTS" and "COUNTRY ROADS", produced by Marlene Smith and Company, and the Heritage Sundays program. Evening programming was devoted to dancing, featuring rock and roll, rhythm and blues, and big band music, as well as a weekly live-to-air video dance program presented by Toronto radio station CKFM.

Two new IMAX® films were highlighted in Cinesphere during the 1986 summer season: "SKYWARD" – produced for the Suntory Pavilion at the 1985 International Exposition at Tsukuba, Japan; and "ON THE WING" – featured daily during the C.N.E. operating period. In addition, "A FREEDOM TO MOVE" – presented in co-operation with Expo '86 and Imax Systems Corporation was shown.

### SPECTACLES

Le Forum a attiré 797 500 spectateurs, soit plus d'un tiers des visiteurs d'été de 1986. On y a présenté des spectacles mettant en vedette des artistes de renommée mondiale ainsi que des artistes canadiens et ontariens connus, des spectacles portant sur notre patrimoine culturel, des ballets, des concerts de musique classique et populaire, et enfin le cirque Ford Family Fun Circus

Plusieurs spectacles canadiens de variétés ont été présentés à la Piste de la Cascade de l'île ouest, sous le patronage des brasseries Molson de l'Ontario. Le jour, ce site abrite deux revues musicales, "CITY LIGHTS" et "COUNTRY ROADS", produites par Marlene Smith and Company, ainsi que le programme des Dimanches du Patrimoine. Le soir est consacré à la danse au son de la musique rock, rhythm and blues, ainsi que des grands orchestres, de même qu'au programme hebdomadaire de danses télévisées en direct, que présente la station radiophonique CKFM de Toronto.

Deux nouveaux films IMAX® ont eu la vedette à la Cinésphère durant la saison d'été de 1986 : "SKYWARD", produit pour le pavillon Suntory à l'Exposition internationale 1985 de Tsukuba, au Japon; et "ON THE WING", présenté tous les jours pendant l'Exposition canadienne nationale. En outre "A FREEDOM TO MOVE", a été présenté en coopération avec Expo 86 et Imax Systems Corporation. Au total, ces trois films ont attiré près de 750 000 spectateurs.

"VIDEO MAGIC", enregistrement magnétoscopique d'animation produit par Omnibus Computer

## MAJOR PROGRAM ACHIEVEMENTS

## PRINCIPALES RÉALISATIONS EN MATIÈRE DE PROGRAMMES

Together, these presentations were seen by almost 750,000 viewers.

"VIDEO MAGIC", a video animation produced by Omnibus Computer Graphics Inc. of Toronto, and "THE STREETCAR OF DREAMS", presented by Communiqué Limited and The City of Toronto, played in the Discovery Theatre. The Video Theatre featured the National Research Council production, "CANADA IN SPACE", and TV Ontario's "PEOPLE PATTERNS". Combined theatre attendance of 109,700 was achieved, representing a 12% increase over 1985.

Locally produced children's variety entertainment including an exclusive Care Bear™ show, magicians, ventriloquists, jugglers and clowns was presented at the Children's Village Theatre, sponsored by Irwin Toy Ltd.

Ontario North Now, operated in co-operation with the Ministry of Northern Development and Mines, highlighted the resources and achievements of Northern Ontario through a number of educational and informative displays. A 24% increase in attendance was experienced as a direct result of the previous year's improvements to the West Island and aggressive on-site promotion.

Graphics Inc. de Toronto, et "THE STREETCAR OF DREAMS", présenté par Communiqué Limited et la ville de Toronto, tenaient l'affiche au Théâtre de la découverte. La salle de spectacle vidéo a mis en vedette "CANADA IN SPACE" du Conseil national de recherches et "PEOPLE PATTERNS" de TV Ontario. La fréquentation des salles de spectacle s'est élevée à 109 700 spectateurs, ce qui représente une augmentation de 12 pour 100 par rapport à 1985.

Sous le patronage de la firme Irwin Toy Ltd., des spectacles de variétés pour enfants, de production locale, ont été présentés au théâtre du Village des enfants, dont un spectacle exclusif Câlinours, des magiciens, des ventriloques, des jongleurs et des clowns.

Le pavillon "Ontario à l'heure du Nord", exploité avec la coopération du ministère du Développement du Nord et des Mines, mettait en relief les ressources et les réalisations du Nord de l'Ontario, grâce à diverses expositions de vulgarisation et d'information. Les améliorations apportées l'année précédente aux installations de l'île ouest et les travaux de promotion active sur place ont entraîné une augmentation de 24 pour 100 de la fréquentation.

Le Bateau musical, qui présentait une grande variété de styles musicaux joués exclusivement par des artistes canadiens, sillonnait les chenaux de Place Ontario les fins de semaine et les jours fériés durant mai et juin, et du mercredi au dimanche en juillet et en août. Ce programme de divertissement était commandité par Minolta Canada Inc.

Par ailleurs, des spectacles à l'intention surtout des enfants étaient donnés à travers le parc tout au long de la saison d'été : clowns, fanfares ambulantes, personnages costumés en animaux célèbres,

## MAJOR PROGRAM ACHIEVEMENTS

## PRINCIPALES RÉALISATIONS EN MATIÈRE DE PROGRAMMES

The Showboat, featuring a broad range of musical styles employing exclusively Canadian talent, toured Ontario Place waterways on weekends and holidays during May and June, and Wednesday through Sunday during July and August. This entertainment was sponsored by Minolta Canada Inc.

As well, general site entertainment primarily geared to children was presented throughout the summer season, and included clowns, marching bands, costumed animal characters, magicians and roving artists. Displays of fireworks were featured on holiday weekends.

A Fall IMAX® Festival, launched in 1985-86, was presented again in Cinesphere, and the second annual Spring IMAX® Festival was featured at the conclusion of the 70mm Film Festival in March.

The Ontario Place 70mm Film Festival, headlining award winning 70mm films, was held in Cinesphere for the seventh consecutive year. Extending for thirteen weeks from December 26, 1986 to March 22, 1987, this program played to 99,900 visitors, a 14% increase over 1985-86 attendance levels.

### ATTRACTIONS AND OPERATIONS

Ontario Place attractions are important contributors to visitor enjoyment, providing educational, recreational and entertainment opportunities for visitors of all ages.

1986 marked the most successful operating season ever, with paid attractions usage exceeding

magiciens et artistes ambulants. Des feux d'artifice étaient tirés les fins de semaine fériées.

Le Festival IMAX® d'automne, lancé en 1985-1986, a été organisé de nouveau à la Cinésphère, et le second Festival IMAX® du printemps a été présenté à la clôture du Festival du film de 70 mm en mars.

Le Festival du film de 70 mm de Place Ontario, où étaient présentés des films de 70 mm primés, a eu lieu à la Cinésphère pour la septième année consécutive. Pendant treize semaines allant du 26 décembre 1986 au 22 mars 1987, cette manifestation a attiré 99 900 spectateurs, soit une augmentation de 14 pour 100 sur la fréquentation de 1985-1986.

### ATTRACTIONS ET SERVICES

Ce sont surtout les attractions de Place Ontario qui enchantent les visiteurs de tous âges en leur offrant des programmes culturels, des jeux et des spectacles.

À date, 1986 a été la saison la plus fructueuse, les attractions diverses ayant enregistré plus de 1 011 800 entrées payantes. En particulier, le Royaume de la nature a eu 428 800 passagers. Les bateaux téléguidés et le Landride ont eu un regain de popularité, tandis que le golf miniature a connu sa meilleure saison. Le destroyer H.M.C.S. HAIDA continuait à être une exposition historique populaire, surtout auprès des élèves en excursion organisée.

L'impression favorable que le public a emportée des attractions payantes ne fait aucun doute puisque 84 pour 100 des visiteurs de 1986 ont exprimé leur satisfaction dans l'ensemble.

Les services de restauration de Place Ontario vont des casse-croûte

## MAJOR PROGRAM ACHIEVEMENTS

## PRINCIPALES RÉALISATIONS EN MATIÈRE DE PROGRAMMES

1,011,800 individuals. Most notably, the Wilderness Adventure Ride achieved ridership of 428,800. Remote Control Boats and the Landride re-bounded favourably, and Minigolf experienced its strongest season to date. H.M.C.S. HAIDA continued to be a popular historic exhibit, appealing to school groups in particular.

Very favourable public impressions of the park's paid attractions are well documented with approximately 84% of 1986 visitors reporting positive satisfaction ratings in terms of overall enjoyment.

Food services at Ontario Place range from snack and fast-food outlets to family restaurants and fine dining facilities at the Trillium Restaurant. During 1986, the Corporation operated eleven Snack-Bars, including a new Bake Shop, and worked closely with ten concessionaires to provide good, fresh, wholesome food at affordable prices. The use of Foodland Ontario products whenever possible was strongly encouraged.

In the eight retail outlets operated by Ontario Place, merchandise was presented in artistic displays by a personable, enthusiastic staff of student employees. In 1986, visitors were able to see and select gifts or mementos from a wide variety of Canadian-made crafts and souvenirs ranging from soapstone carvings to keychains. Site surveys and an increase in per capita spending demonstrate customer approval and appreciation of the quality, price, and diversity of merchandise.

à la cuisine gastronomique du restaurant Trillium, en passant par les restaurants populaires pour familles. Durant 1986, la Société exploitait 11 comptoirs-repas, dont une nouvelle boulangerie, et collaborait étroitement avec dix concessionnaires pour offrir des aliments sains et frais à des prix abordables. Le recours aux produits ontariens était fortement encouragé.

Dans huit boutiques de détail exploitées par Place Ontario, les articles étaient présentés de façon artistique par un personnel enthousiaste composé d'étudiants. En 1986, les visiteurs ont pu admirer et choisir des cadeaux et des souvenirs parmi une grande variété d'articles d'artisanat canadien, allant des sculptures de stéatite aux porte-clés. Des sondages effectués sur place ainsi qu'une augmentation des dépenses par visiteur témoignent de la réponse favorable des clients à la qualité, au prix et à la diversité des articles offerts.

Durant la saison 1986, la marina de Place Ontario a été le havre d'été de 360 embarcations à moteur et à voile de toutes dimensions. En outre, elle a reçu la visite de plus de 5 000 embarcations des rives, canadiennes et américaines de la voie maritime du Saint-Laurent et des Grands Lacs.

### COMMERCIALISATION ET RELATIONS PUBLIQUES

La principale campagne de publicité de l'été 1986 consistait en une promotion intensive, dans plusieurs médias, de ce qu'offrent Place Ontario en général, et le Forum en particulier, sur le thème "It's All

## MAJOR PROGRAM ACHIEVEMENTS
## PRINCIPALES RÉALISATIONS EN MATIÈRE DE PROGRAMMES

During the 1986 season, the Ontario Place Marina was the summer home to 360 power and sail craft of all sizes. As well, it was visited by over 5,000 boats from both the Canadian and U.S. sides of the Great Lakes/St. Lawrence waterway system.

### MARKETING AND PUBLIC RELATIONS

The major 1986 summer advertising campaign consisted of high-profile, multi-media efforts promoting the Ontario Place experience in general, and the Forum specifically, featuring the theme "It's All Yours". Complementary campaigns were also implemented for the Wilderness Adventure Ride, the Waterfall Showplace and the Heritage Sundays program. On-site market research of Ontario Place visitors indicated that strong levels of advertising awareness were established and maintained as a result of these advertising programs.

For the second consecutive year, the "Ontario Place Official Guidebook" and "Forum Magazine" were distributed free-of-charge to patrons, with a combined circulation of approximately 1.0 million.

An effective media relations program resulted in supportive newspaper, magazine, television and radio coverage in the Corporation's key market areas.

A number of major promotions and public awareness events were developed in 1986 with social, cultural, educational or recreational themes. These included R.E.A.C.H. for the Rainbow, Canada Day, Ontario Welcome House, Japanese Temple Bell Ceremony, Noon Hour Yours". Des campagnes complémentaires ont été également entreprises pour le Royaume de la nature, la Piste de la Cascade et le programme des Dimanches du Patrimoine. Les sondages effectués sur place auprès des visiteurs indiquaient que leur intérêt avait été suscité et entretenu par ces campagnes de publicité.

Pour la seconde année consécutive, le "Guide officiel de Place Ontario" et le "Forum Magazine" ont été offerts à titre gracieux aux visiteurs, avec un tirage total de 1 million d'exemplaires environ.

Un programme efficace de relations avec la presse s'est soldé par des reportages favorables dans la presse écrite, à la télévision et à la radio dans les régions que la Société considère comme les plus importantes du point de vue de la commercialisation.

De nombreux programmes de promotion et de sensibilisation du public ont été lancés en 1986 sur des thèmes sociaux, culturels, éducatifs ou récréatifs : "R.E.A.C.H. for the Rainbow", Fête du Canada, "Ontario Welcome House", cérémonie du Gong japonais, Noon Hour Gunners Club, Ombudsman de l'Ontario, Coca-Cola "Fun Caps", "Loblaws Top Dogs", et une distribution gratuite au pavillon "Ontario à l'heure du Nord". De même, une promotion de coupons-primes a eu lieu pendant l'Exposition canadienne nationale pour encourager la fréquentation des manèges et accroître les dépenses par visiteur aux comptoirs-repas de la Société pendant cette période.

## MAJOR PROGRAM ACHIEVEMENTS

## PRINCIPALES RÉALISATIONS EN MATIÈRE DE PROGRAMMES

Gunners Club, Ontario Ombudsman, Coca-Cola "Fun Caps", "Loblaws Top Dogs" and a consumer giveaway promoted at Ontario North Now. As well, a successful C.N.E. period coupon promotion was introduced to build attractions ridership and increase per capita spending at Corporation-owned and operated fast-food outlets during this time.

As a result of continued aggressive sales efforts directed at schools and the travel trade, increases in tour group visitations were achieved. In addition, successful conference and function sales marketing of the Trillium Restaurant and Banquet Facilities to the corporate and private sectors resulted in banquet sales that exceeded $1.0 million.

During 1986, Ontario Place increased the number of its corporate sponsors from fourteen to twenty-two, resulting in a 44% increase in the value of its corporate sponsorship program. Sponsors included Cantel, Coca-Cola Ltd., Communiqué Limited, Ford Motor Company of Canada, Ltd., International Sports Properties (1980) Inc., Irwin Toy Ltd., Kodak Canada Inc., Labatt's Ontario Breweries, Mercury Marine Ltd., Minolta Canada Inc ., Molson Ontario Breweries Ltd., Nabisco Brands Ltd., National Research Council, Omnibus Computer Graphics Inc., Ontario Ministry of Citizenship and Culture, Ontario Ministry of Energy, Ontario Ministry of Northern Development and Mines, Sony Corporation of Canada, The City of Toronto, Thomas J. Lipton Inc., TV Ontario, and Yamaha.

Les efforts de commercialisation soutenus auprès des écoles et des agences de voyages se sont traduits par une augmentation des visites de groupe. Par ailleurs, la promotion, auprès des entreprises privées et du public, des conférences et réceptions au restaurant Trillium, s'est soldée par un chiffre d'affaires de plus de 1 million de dollars.

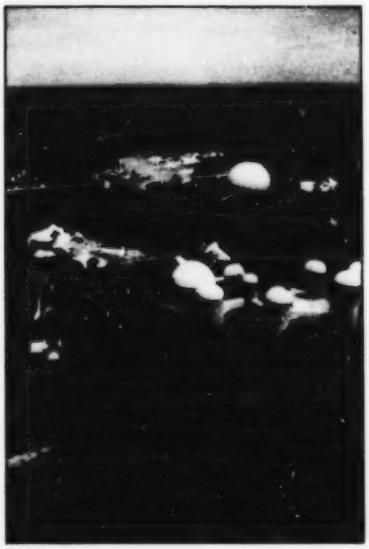
Durant 1986, les entreprises et organismes qui patronnaient des attractions sont passés de quatorze à vingt-deux, ce qui a augmenté de 44 pour 100 la valeur des programmes commandités. Voici la liste des commanditaires : Cantel, Coca-cola Ltd., Communiqué Limited, Ford Motor Company of Canada Ltd., International Sports Properties (1980) Inc., Irwin Toy Ltd., Kodak Canada Inc., Labatt's Ontario Breweries, Mercury Marine Ltd., Minolta Canada Inc., Molson Ontario Breweries Ltd., Nabisco Brands Ltd., Conseil national de recherches, Omnibus Computer Graphics Inc., ministère des Affaires civiques et culturelles de l'Ontario, ministère de l'Énergie de l'Ontario, ministère du Développement du Nord et des Mines de l'Ontario, Sony Corporation of Canada, ville de Toronto, Thomas J. Lipton Inc., TV Ontario, et Yamaha.

**ENTRETIEN ET CONSTRUCTION**

Les îles artificielles de Place Ontario représentent un défi constant en matière d'entretien. La sécurité et le confort des visiteurs, ainsi que des normes élevées de propreté, ont été assurés au cours de l'exercice finan-

## MAJOR PROGRAM ACHIEVEMENTS

## PRINCIPALES RÉALISATIONS EN MATIÈRE DE PROGRAMMES



### MAINTENANCE AND CONSTRUCTION

The man-made island environment of Ontario Place presents on-going maintenance challenges. Visitor safety and comfort, as well as high standards of site cleanliness, were ensured during the 1986-87 fiscal year through the following maintenance and construction programs:

- To improve the visual appeal of the food services and retail facilities, new graphics, colour and signage treatments were implemented at eleven areas throughout the site.
- The first phase of a major roof repair project was completed on all West Island buildings.
- As part of a continual upgrading of underground services, the gas main extending from the East Marina Village to the West Island was replaced.
- The energy efficiency of Bridges #9 and #10 was improved through repairs to all window frames and the insulation of heating units.
- Several interior decorating projects were undertaken including Level 50 of the Trillium Restaurant, the Cinesphere Lobby and the Trillium Restaurant restrooms.
- Modifications were made to the West Entrance Plaza Area to improve pedestrian access to the West Island.
- For the convenience and safety of visitors, a new cross-walk was installed at Centre Entrance.
- The Dockside Snack Bar was re-designed and rebuilt to improve its appearance and efficiency of operations.

cier 1986-1987 au moyen des programmes suivants de construction et d'entretien :

- Pour rendre les services de restauration et des boutiques de détail plus attrayants, les panneaux et enseignes ont reçu de nouveaux dessins, couleurs et présentations dans les onze secteurs du parc.
- La première phase de la réfection de la toiture des bâtiments de l'île ouest a été achevée.
- Au titre de l'amélioration constante des installations souterraines, la canalisation de gaz allant du village de la marina est à l'île ouest a été remplacée.
- L'efficacité énergétique des ponts nº 9 et nº 10 a été rehaussée par la réparation de tous les cadres de fenêtre et l'isolation des appareils de chauffage.
- Différents travaux de décoration intérieure ont été entrepris, notamment au Niveau 50 et aux toilettes du restaurant Trillium, et dans le hall de la Cinésphère.
- La place de l'entrée ouest a été modifiée afin de faciliter l'accès à l'île ouest.
- Pour assurer la commodité et la sécurité des visiteurs, un nouveau passage pour piétons a été aménagé à l'entrée centrale.
- Le comptoir-repas Dockside a été rénové de façon à paraître plus attrayant et à assurer l'efficacité du service.

## MAJOR PROGRAM ACHIEVEMENTS
## PRINCIPALES RÉALISATIONS EN MATIÈRE DE PROGRAMMES

### VISITOR PERCEPTION

In order to monitor visitor perception of the Ontario Place experience, approximately 17,000 surveys are conducted at the park each year. These results are considered in the annual planning of programs that best enable the Corporation to maintain a leadership position as a Provincial attraction, and achieve the highest possible levels of visitor satisfaction.

Research undertaken during the 1986 summer season indicates that highly positive visitor response to the quality and range of Ontario Place features and services has been successfully maintained. Overall, 96% of 1986 visitors reported they thoroughly enjoyed their visit, 99% responded that Ontario Place is a good attraction for children and families, 85% agreed that the park represents good value, 95% perceived the staff to be friendly and helpful, and 98% commented favourably on the cleanliness and maintenance of the site. The proportion of site visitors on a return visit to Ontario Place increased from 62% in 1985 to 64% in 1986, while repeat visitors to the Forum represented 89% of the 1986 Forum audience.

### SONDAGES AUPRÈS DES VISITEURS

Pour connaître l'impression sur les visiteurs par Place Ontario, quelque 17 000 sondages sont entrepris chaque année à l'intérieur du parc. On tient compte des résultats dans la planification des programmes les plus propres à permettre à la Société de conserver sa position d'attraction provinciale de grande classe et d'atteindre à l'indice de satisfaction le plus élevé chez les visiteurs.

Il ressort des recherches effectuées durant la saison d'été de 1986 que Place Ontario a su maintenir l'impression très favorable des visiteurs pour la qualité et la diversité de ses attractions et de ses services. Au total, 96 pour 100 des visiteurs de 1986 se disaient enchantés de leur visite, 99 pour 100 estimaient que Place Ontario était une bonne attraction pour leur famille et leurs enfants, 85 pour 100 reconnaissaient qu'ils en avaient pour leur argent, 95 pour 100 trouvaient le personnel sympathique et serviable, et 98 pour 100 étaient favorablement impressionnés par la propreté et l'entretien des lieux. La proportion de ceux qui sont revenus une seconde fois est passée de 62 pour 100 en 1985 à 64 pour 100 en 1986, tandis que les visiteurs habituels du Forum représentaient 89 pour 100 de la fréquentation de 1986.

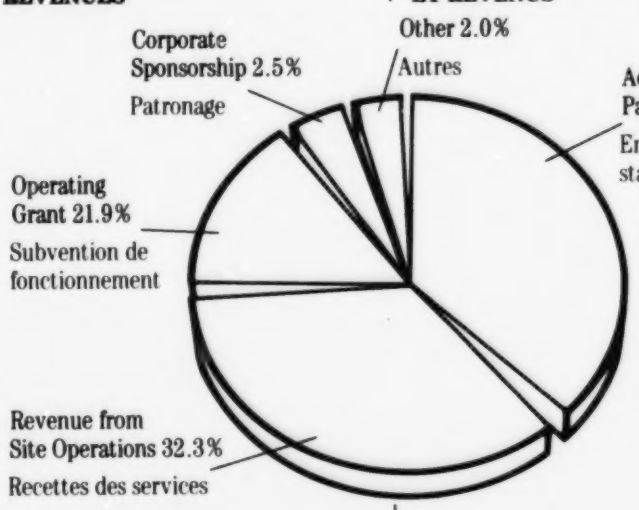
# Financials
# Situation financière

**FINANCIAL SUMMARY**
Ontario Place's operating income and revenue sources, as well as its operating expenditures for the 1986-87 fiscal year, are illustrated below:

**SOMMAIRE**
Les bénéfices d'exploitation, sources de revenu et frais d'exploitation de Place Ontario pour l'exercice 1986-1987 sont illustrés par les graphiques suivants :

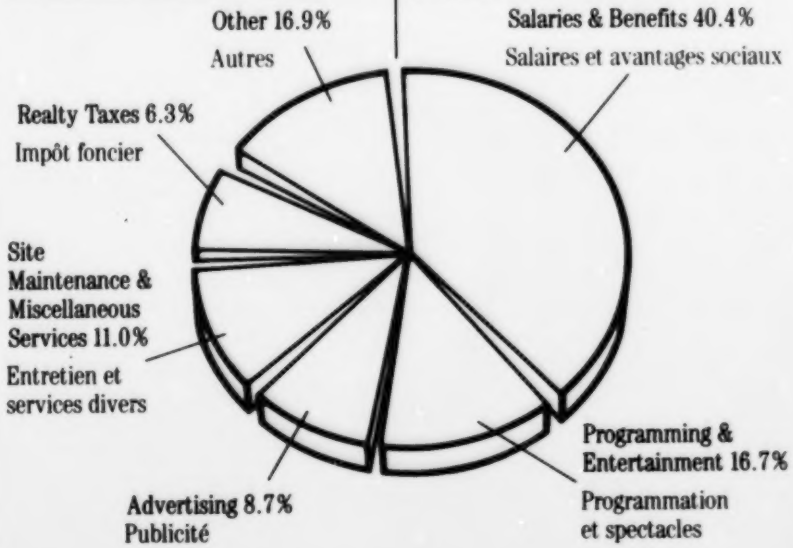
**OPERATING INCOME & REVENUES**

**BÉNÉFICES D'EXPLOITATION ET REVENUS**




**OPERATING EXPENDITURES**

**FRAIS D'EXPLOITATION**



# Ontario Place Corporation

**Balance Sheet**
**as at March 31, 1987**

| ASSETS | 1987 $ | 1986 $ |
|---|---|---|
| **Current Assets** | | |
| Cash and short term deposits | 1,200,103 | 1,764,630 |
| Accounts receivable | 229,755 | 207,728 |
| Inventory | 200,638 | 231,541 |
| Prepaid expenses | 19,596 | 22,224 |
| | 1,650,092 | 2,226,123 |
| **Fixed Assets** (note 2) | 1 | 1 |
| | 1,650,093 | 2,226,124 |
| **LIABILITIES AND RETAINED INCOME** | | |
| **Current Liabilities** | | |
| Accounts payable and accrued liabilities | 1,251,496 | 924,746 |
| Holdbacks payable | 24,741 | 35,692 |
| Accrued realty taxes | 287,377 | 287,236 |
| Deferred income (note 6) | 42,332 | 43,057 |
| | 1,605,946 | 1,290,731 |
| **Retained Income** | 44,147 | 935,393 |
| | 1,650,093 | 2,226,124 |

See accompanying notes to financial statements.

On behalf of the Corporation:

Patricia Starr — *Director*

C R Copeland — *Director*

# Ontario Place Corporation

**Statement of Operations and Retained Income for the year ended March 31, 1987**

| | 1987 $ | 1986 $ |
|---|---|---|
| **Operating Income** | | |
| Fees | | |
| admissions | 4,915,599 | 5,185,240 |
| parking | 1,468,133 | 1,357,364 |
| revenue attractions | 1,860,241 | 1,462,631 |
| Concessions (note 4) | 1,078,694 | 1,089,740 |
| Gross profit (note 5) | | |
| food services | 928,961 | 835,831 |
| Winter Program | 446,109 | 582,270 |
| boutiques | 288,280 | 326,367 |
| Corporate sponsorship | 391,537 | 448,695 |
| Marina | 383,404 | 357,987 |
| Interest income | 155,299 | 192,868 |
| Film rentals and videotaping fees | 71,081 | 53,858 |
| Other | 86,791 | 91,260 |
| | 12,074,129 | 11,984,111 |
| **Administrative and operating expenditures** | | |
| Salaries, wages and employee benefits | 6,556,987 | 5,851,149 |
| Programming and entertainment | 2,720,104 | 2,529,688 |
| Advertising | 1,410,963 | 1,470,108 |
| Site maintenance and miscellaneous services | 1,793,606 | 1,392,662 |
| Realty taxes | 1,031,335 | 975,016 |
| General and office | 958,788 | 750,093 |
| Supplies | 808,208 | 648,444 |
| Utilities | 621,058 | 610,539 |
| Security services | 264,146 | 266,888 |
| Films and photography | 75,375 | 15,687 |
| Directors' fees | 10,025 | 10,990 |
| | 16,250,595 | 14,521,264 |
| **Net operating loss before grant** | 4,176,466 | 2,537,153 |
| **Province of Ontario operating grant** | 3,387,500 | 2,872,000 |
| **Net operating income (loss)** | (788,966) | 334,847 |
| **Province of Ontario capital grant** (note 3) | 1,518,612 | 5,319,000 |
| **Less capital expenditures** | 1,620,892 | 6,124,214 |
| | (102,280) | (805,214) |
| **Loss** | 891,246 | 470,367 |
| **Retained income, beginning of year** | 935,393 | 1,405,760 |
| **Retained income, end of year** | 44,147 | 935,393 |

See accompanying notes to financial statements.

# Ontario Place Corporation

**Notes to Financial Statements**
**March 31, 1987**

## 1. SIGNIFICANT ACCOUNTING POLICIES

(a) These financial statements have been prepared in accordance with generally accepted accounting principles except that the Corporation charges all additions to fixed assets to expenditures in the year of acquisition and credits all capital grants to income in the year received. Fixed assets are reflected on the balance sheet at a nominal value.

(b) Inventory is valued on a first in first out basis at the lower of cost or net realizable value.

## 2. FIXED ASSETS

The capital cost of facilities originally provided by the Province of Ontario, less disposals to March 31, 1987, amounted to approximately $28.9 million.

The total accumulated costs of fixed assets acquired since the original facilities were provided, less disposals, are as follows:

| | 1986 | 1987 | | |
|---|---|---|---|---|
| | Total | Additions | Disposals | Total |
| | $ | $ | $ | $ |
| Improvements to land | 5,403,472 | 15,621 | – | 5,419,093 |
| Buildings | 15,532,688 | 580,891 | – | 16,113,579 |
| Furniture and equipment | 8,833,670 | 1,024,380 | 7,244 | 9,850,806 |
| IMAX films | 1,592,493 | – | – | 1,592,493 |
| | 31,362,323 | 1,620,892 | 7,244 | 32,975,971 |

## 3. MINISTRY OF ENERGY – CAPITAL GRANTS

During the 1987 fiscal year, funds were provided from the Ministry of Energy for the acquisition and installation of a water heating system for H.M.C.S. HAIDA ($24,312) and for the production rights to the Conserving Kingdom Puppet Show ($75,000). These amounts are included in the Province of Ontario capital grant, and in total capital expenditures.

## 4. CONCESSIONS

Concession revenue includes rents from concessionnaires and the net operating profit of the Trillium Restaurant which is operated under a management agreement.

## 5. GROSS PROFIT – FOOD SERVICES, WINTER PROGRAM AND BOUTIQUES

The operations are summarized as follows:

| | Food Services | | Winter Program | | Boutiques | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 1987 | 1986 | 1987 | 1986 | 1987 | 1986 |
| | $ | $ | $ | $ | $ | $ |
| Sales | 1,434,074 | 1,267,542 | 828,676 | 963,408 | 741,042 | 758,438 |
| Cost of Sales* | 505,113 | 431,711 | 382,567 | 381,138 | 452,762 | 432,071 |
| Gross Profit | 928,961 | 835,831 | 446,109 | 582,270 | 288,280 | 326,367 |

*Winter Program cost of sales include film rentals, snack bar and boutique merchandise. All other cost of sales are for merchandise only.

## 6. DEFERRED INCOME

Deferred income results primarily from prepayment of IMAX film rental fees and Marina slip rentals.

## 7. COMPARATIVE FIGURES

Comparative figures have been reclassified where necessary to conform with 1987 presentation

# Société d'exploitation de Place Ontario

**Bilan au 31 mars 1987**

| ACTIF | 1987<br>$ | 1986<br>$ |
|---|---|---|
| **Actif à court terme** | | |
| Encaisse et dépôts à court terme | 1 200 103 | 1 764 630 |
| Créances | 229 755 | 207 728 |
| Inventaire | 200 638 | 231 541 |
| Charges payées d'avance | 19 596 | 22 224 |
| | 1 650 092 | 2 226 123 |
| **Immobilisations** (note 2) | 1 | 1 |
| | 1 650 093 | 2 226 124 |
| **PASSIF ET BÉNÉFICES NON RÉPARTIS** | | |
| **Passif à court terme** | | |
| Fournisseurs et charges à payer | 1 251 496 | 924 746 |
| Retenues à payer | 24 741 | 35 692 |
| Impôt foncier échu | 287 377 | 287 236 |
| Produit reçu d'avance (note 6) | 42 332 | 43 057 |
| | 1 605 946 | 1 290 731 |
| **Bénéfices non répartis** | 44 147 | 935 393 |
| | 1 650 093 | 2 226 124 |

Voir les notes afférentes aux états financiers.

Pour la Société,

Patricia Starr — *Administratrice*

C R Copeland — *Administrateur*

# Société d'exploitation de Place Ontario

**État des résultats d'exploitation et des bénéfices non répartis pour l'exercice terminé le 31 mars 1987**

| | 1987 $ | 1986 $ |
|---|---|---|
| **Bénéfices d'exploitation** | | |
| Droits | | |
| entrée | 4 915 599 | 5 185 240 |
| stationnement | 1 468 133 | 1 357 364 |
| attractions payantes | 1 860 241 | 1 462 631 |
| Concessions (note 4) | 1 078 694 | 1 089 740 |
| Bénéfices bruts (note 5) | | |
| restauration | 928 961 | 835 831 |
| programme d'hiver | 446 109 | 582 270 |
| boutiques | 288 280 | 326 367 |
| Patronage des entreprises | 391 537 | 448 695 |
| Marina | 383 404 | 357 987 |
| Intérêts créditeurs | 155 299 | 192 868 |
| Location de films et droits d'enregistrement magnétoscopique | 71 081 | 53 858 |
| Autres | 86 791 | 91 260 |
| | 12 074 129 | 11 984 111 |
| **Frais d'administration et d'exploitation** | | |
| Salaires et avantages sociaux | 6 556 987 | 5 851 149 |
| Programmation et spectacles | 2 720 104 | 2 529 688 |
| Publicité | 1 410 963 | 1 470 108 |
| Entretien et services divers | 1 793 606 | 1 392 662 |
| Impôt foncier | 1 031 335 | 975 016 |
| Frais généraux et dépenses de bureau | 958 788 | 750 093 |
| Fournitures | 808 208 | 648 444 |
| Services publics | 621 058 | 610 539 |
| Services de sécurité | 264 146 | 266 888 |
| Films et photographie | 75 375 | 15 687 |
| Jetons de présence | 10 025 | 10 990 |
| | 16 250 595 | 14 521 264 |
| **Perte nette avant subvention** | 4 176 466 | 2 537 153 |
| **Subvention d'exploitation de la province de l'Ontario** | 3 387 500 | 2 872 000 |
| **Bénéfice net d'exploitation (perte)** | (788 966) | 334 847 |
| **Subvention d'immobilisations de la province de l'Ontario** (note 3) | 1 518 612 | 5 319 000 |
| **Moins dépenses en immobilisations** | 1 620 892 | 6 124 214 |
| | (102 280) | (805 214) |
| **Perte** | 891 246 | 470 367 |
| **Bénéfices non répartis au début de l'exercice** | 935 393 | 1 405 760 |
| **Bénéfices non répartis à la clôture de l'exercice** | 44 147 | 935 393 |

Voir les notes afférentes aux états financiers.

# Société d'exploitation de Place Ontario

**Notes afférentes aux états financiers du 31 mars 1987**

**1. CONVENTIONS COMPTABLES**

a) Ces états financiers ont été établis conformément aux principes comptables généralement reconnus, à cette exception près que la Société impute toutes les additions aux immobilisations aux dépenses de l'année d'acquisition, et inscrit les subventions d'immobilisations aux recettes de l'année où elles sont reçues. Les immobilisations figurent au bilan à leur valeur nominale.

b) L'inventaire est évalué selon la méthode de l'épuisement successif et la méthode de la valeur minimale.

**2. IMMOBILISATIONS**

Le coût en capital des installations fournies à l'origine par la province de l'Ontario, déduction faite des aliénations effectuées à la date du 31 mars 1987, s'élevait à 28,9 millions de dollars environ.

Le coût cumulatif total des immobilisations acquises depuis la date où les installations d'origine ont été fournies, moins les aliénations, s'établit comme suit :

| | 1986 | 1987 | | |
|---|---|---|---|---|
| | **Total** | **Additions** | **Aliénations** | **Total** |
| | **$** | **$** | **$** | **$** |
| Améliorations à la surface | 5 403 472 | 15 621 | – | 5 419 093 |
| Constructions | 15 532 688 | 580 891 | – | 16 113 579 |
| Équipement et matériel | 8 833 670 | 1 024 380 | 7 244 | 9 850 806 |
| Films IMAX | 1 592 493 | – | – | 1 592 493 |
| | 31 362 323 | 1 620 892 | 7 244 | 32 975 971 |

**3. SUBVENTIONS D'IMMOBILISATIONS DU MINISTÈRE DE L'ÉNERGIE**

Durant l'exercice financier 1987, le ministère de l'Énergie a accordé une subvention pour l'acquisition et l'installation d'une chaudière à bord du H.M.C.S. HAIDA (24 312 $) et pour l'acquisition des droits de production du spectacle de marionnettes du Royaume Écolomique (75 000 $). Ces sommes sont incluses dans les subventions d'immobilisations de la province de l'Ontario et dans les dépenses d'immobilisations.

**4. CONCESSIONS**

Les recettes provenant des concessions comprennent le loyer payé par les concessionnaires et les bénéfices d'exploitation nets du restaurant Trillium, exploité en gérance.

**5. BÉNÉFICES BRUTS – SERVICES DE RESTAURATION, PROGRAMME D'HIVER ET BOUTIQUES**

Voici le résumé des résultats d'exploitation :

| | Restauration | | Programme d'hiver | | Boutiques | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | **1987** | **1986** | **1987** | **1986** | **1987** | **1986** |
| | **$** | **$** | **$** | **$** | **$** | **$** |
| Recettes | 1 434 074 | 1 267 542 | 828 676 | 963 408 | 741 042 | 758 438 |
| Coût des produits vendus* | 505 113 | 431 711 | 382 567 | 381 138 | 452 762 | 432 071 |
| Bénéfices bruts | 928 961 | 835 831 | 446 109 | 582 270 | 288 280 | 326 367 |

*Le coût des produits vendus calculé pour le Programme d'hiver comprend la location de films, les provisions des comptoirs-repas et les marchandises vendues en boutique. Pour les autres secteurs, ce coût ne porte que sur les marchandises.

**6. PRODUIT REÇU D'AVANCE**

Le produit reçu d'avance provient principalement du paiement anticipé des droits de location de films IMAX et du loyer des emplacements de la marina.

**7. CHIFFRES COMPARATIFS**

Les chiffres comparatifs ont été rajustés, le cas échéant, pour se conformer avec la présentation de 1987.

Ontario

Office of the Provincial Auditor
Bureau du Vérificateur de la province

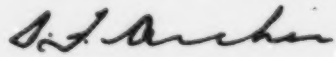
Box 105,
15th Floor,
20 Dundas Street West,
Toronto, Ontario
M5G 2C2

(416) 974-9866

**To the Ontario Place Corporation and to the Minister of Tourism and Recreation.**

I have examined the balance sheet of Ontario Place Corporation as at March 31, 1987 and the statement of operations and retained income for the year then ended. My examination was made in accordance with generally accepted auditing standards, and accordingly included such tests and other procedures as I considered necessary in the circumstances.

In my opinion, these financial statements present fairly the financial position of the Corporation as at March 31, 1987 and the results of its operations for the year then ended in accordance with the basis of accounting described in note 1(a) to the financial statements applied on a basis consistent with that of the preceding year.



D. F. Archer, F.C.A.,
*Provincial Auditor.*

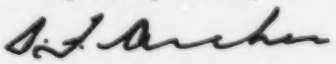
Toronto, Ontario,
July 17, 1987.

**À la Société d'exploitation de Place Ontario et au ministre du Tourisme et des Loisirs**

J'ai examiné le bilan de la Société d'exploitation de Place Ontario, arrêté au 31 mars 1987, ainsi que l'état des résultats d'exploitation et des bénéfices non répartis pour l'exercice financier qui a pris fin à la même date. J'ai procédé à cet examen conformément aux normes comptables généralement reconnues et, en conséquence, au moyen de tests et autres méthodes tels que je les ai jugés nécessaires en l'occurrence.

À mon avis, ces états financiers représentent fidèlement la situation financière de la Société au 31 mars 1987 ainsi que les résultats de son exploitation pour l'exercice financier terminé à la même date, conformément aux méthodes comptables indiquées à la note 1(a) des états financiers et appliquées de façon compatible avec les méthodes observées l'année précédente.

*Le vérificateur provincial,*



D.F. Archer, F.C.A.

Toronto (Ontario),
le 17 juillet 1987.

# Background

# Renseignements généraux

**ORGANIZATION**
Established as a Crown Corporation of the Government of Ontario in May 1972, Ontario Place is administered by a 13-member Board of Directors reporting to the Minister of Tourism and Recreation.

Officers of the Corporation are: the Chairman of the Board; Chairman of the Executive Committee and Vice-Chairman of the Board; the General Manager; and the Secretary-Treasurer.

Reporting to the General Manager are: the Director, Finance and Operations; Senior Manager, Marketing and Public Relations; Senior Manager, Programming; Senior Manager, Maintenance and Construction; Manager, Personnel Services; as well as the Internal Auditor, and Management Planning Officer.

**PERSONNEL**
Corporation staff levels for the year ending March 31, 1987 accounted for 371 full-time job equivalents. Ontario Place employed 95 full-time and 6 seasonal staff and approximately 816 summer students recruited primarily from Ontario colleges and universities. On-site concessions provided additional employment for approximately 600 summer seasonal staff.

**MAJOR SITE FEATURES**
Major features of the 38-hectare [96-acre] parkland complex extending throughout three man-made islands along the Toronto waterfront include:

**EAST ISLAND** The Forum; Children's Village and Waterplay Area; Children's Village Theatre [400

**ORGANISATION**
Société de la Couronne du gouvernement de l'Ontario, Place Ontario a été créée en mai 1972 et est administrée par un conseil d'administration de 13 membres qui rend compte au ministre du Tourisme et des Loisirs.

Les dirigeants de la Société sont le président du conseil d'administration; le président du comité exécutif, vice-président du conseil d'administration; le directeur général; et le secrétaire-trésorier.

Le directeur général a sous ses ordres le directeur des finances et des opérations; le sous-directeur chargé de la commercialisation et des relations publiques; le sous-directeur chargé de la programmation; le sous-directeur chargé de l'entretien et de la construction; le chef des services du personnel; le vérificateur interne et l'agent de planification de gestion.

**PERSONNEL**
Pour l'exercice qui a pris fin le 31 mars 1987, les postes dotés de la Société équivalaient à 371 emplois à plein temps. Place Ontario avait à son service 95 employés à plein temps, 6 employés saisonniers et approximativement 816 employés d'été pour la plupart étudiants des collèges et universités de la province. Les concessions à l'intérieur du parc donnaient encore du travail à quelque 600 employés pendant l'été.

**PRINCIPALES COMPOSANTES**
Voici les principales composantes du parc qui s'étend sur une superficie de 38 hectares (96 acres), répartie

**BACKGROUND**
**RENSEIGNEMENTS GÉNÉRAUX**

seats]; four-flume Waterslide; Bumper Boats; Remote Control Boats; H.M.C.S. HAIDA; Minigolf; Showboat; 300-slip Marina; Boat Cruises; 3 Sit-Down Restaurants [total of 1,200 seats]; 8 Snack-Bars; 3 Gift Shops; and Parking [capacity for 300 cars and buses].

**THE PODS** Cinesphere [800-seat IMAX® theatre]; "Discovery Theatre" [audio-visual film theatre with seating capacity for 320]; Video Theatre [275 seats]; Canadian Baseball Hall of Fame & Museum [3,100 sq.m. (10,000 sq. ft.) themed-exhibit]; Trillium Restaurant [280 seats], Lounge and Banquet Facilities.

**WEST ISLAND** Wilderness Adventure Ride [670-metre (2,161-foot) water-flume ride]; Waterfall Showplace; Ontario North Now [2,400 sq.m. (7,700 sq. ft.) themed-exhibit]; Japanese Temple Bell; Pedal Boats; 3 Sit-Down Restaurants [seating capacity for 1,300]; and 5 Snack-Bars.

**MAINLAND** Parking [capacity for 1,800 cars]; 60-slip Marina.

entre trois îles artificielles en bordure du lac, à Toronto :

**ÎLE EST** Le Forum; le Village des enfants et les Jeux aquatiques; le Théâtre du village des enfants (400 places); glissoire aquatique à quadruple rigole; bateaux tamponneurs; bateaux téléguidés; destroyer H.M.C.S. HAIDA; golf miniature; Bateau musical; marina à 300 emplacements; promenades en bateau; 3 restaurants (1 200 places assises au total); 8 comptoirs-repas; 3 boutiques de souvenirs et parc de stationnement (300 voitures et autocars).

**COMPLEXE LACUSTRE** Cinésphère (salle de cinéma IMAX® à 800 places); Théâtre de la découverte (salle de projection audio-visuelle à 320 places); salle de spectacle vidéo (275 places); Musée-Temple de la renommée du base-ball canadien (exposition thématique couvrant 3 100 $m^2$ ou 10 000 $pi^2$); restaurant Trillium, avec bar et salle de banquets (280 places).

**ÎLE OUEST** Royaume de la nature [glissoire aquatique de 670 mètres (2 161 pieds)]; Piste de la Cascade; exposition thématique "Ontario à l'heure du Nord" (couvrant 2 400 $m^2$ ou 7 700 $pi^2$); le Gong japonais; pédalos; 3 restaurants (1 300 places au total); et 5 comptoirs-repas.

**TERRE FERME** Parc de stationnement (capacité de 1 800 voitures); marina à 60 emplacements.